

FRONTIERISME PEMANFAATAN RUANG PUBLIK SEBAGAI ARENA KREATIF DI KOTA SURAKARTA

Andari Wulan Nugrahani

Pendidikan Sosiologi Antropologi FKIP Universitas Sebelas Maret

Nurhadi

Pendidikan Sosiologi Antropologi FKIP Universitas Sebelas Maret

Siany Indria Liestyasari

Pendidikan Sosiologi Antropologi FKIP Universitas Sebelas Maret

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami dan menjelaskan terbangun dan berkembangnya pemanfaatan ruang publik di kota Surakarta. Pasar Pucangsawit dan Pasar Kembang dijadikan sebagai contoh karena memiliki keunikan yang relatif jarang ditemukan di pasar-pasar tradisional lain, yaitu tersedianya ruang bersama yang dapat dimanfaatkan oleh berbagai pihak untuk menjalankan kegiatan yang tidak terkait langsung dengan aktivitas jual-beli. Para pekerja seni, aktivis lembaga swadaya masyarakat, organisasi berbasis masyarakat, mahasiswa, dan perkumpulan perempuan adalah di antara mereka yang banyak memanfaatkan ruang bersama ini. Konsep yang digunakan untuk mengkerangkakan pemikiran dan analisis data dalam frontierisme.

Dengan menggunakan metode kualitatif, penelitian ini melibatkan wawancara dengan informan yang terlibat langsung dan tidak langsung dengan pemanfaatan ruang bersama di kedua pasar tersebut, antara lain pengelola ruang bersama yang dinamai "ruang kreatif" tersebut, pengunjung, komunitas kreatif, seniman muda, dan pedagang "angkringan". Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jaringan sosial. Dengan menggunakan analisis tersebut diharapkan agar relasi antar-pihak yang berkontribusi bagi terdapatnya keberadaan kedua ruang kreatif tersebut dapat tergambarkan dan terpetakan.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah intensitas interaksi dan tingkat keaktifan masing-masing aktor dalam kegiatan-kegiatan di kedua ruang kreatif tersebut memperkuat ikatan sosial antara mereka sekaligus menopang keberlangsungan dua ruang kreatif yang ada di pasar Pucangsawit dan pasar Kembang. Data wawancara menunjukkan bahwa ada kejenuhan yang dirasakan terhadap keberadaan tempat-tempat yang sudah menjadi mainstream, antara lain galeri seni, gedung pertunjukan, dan pusat perbelanjaan. Pada gilirannya, ruang kreatif di pasar Pucangsawit dan pasar Kembang menjadi pilihan. Hal ini menegaskan pandangan bahwa ruang diproduksi melalui relasi kuasa yang melibatkan sejumlah aktor dominan.

Kata kunci : arena kreatif, frontierisme, jaringan sosial, pasar tradisional, produksi ruang, ruang publik,

ABSTRACT

This research aims at explaining and understanding the birth and the growth of interest in the utilization of public space in Surakarta. Two traditional markets, namely Pucangsawit and Kembang were taken as example due to their unique characters barely found in other traditional markets, i.e., the availability of a common spacious room in which various groups can use to conduct their activities despite the minimum relevance to the goods-and-service trade. Art workers, non-governmental organizations, community-based organizations, students, women organizations are among those have been using this so-called creative space for quite a while. The researcher uses "Frontier-ism" as a key concept in which this research is based on as well as the means of data analysis.

By using qualitative methods, this research, involving several in-depth interviews with actors who either directly or indirectly play important roles in the utilization of this public space. Including in these categories are visitors, representative of creative communities, young artists, managers, and food-stall vendors. From this kind analysis, it is expected that relation among actors that contribute to the existence of both public spaces can be mapped and abstracted.

The main conclusion of this research is that the interaction intensity and the degree of activeness of each actor in numerous activities strengthen their social cohesiveness and play important role in the continuity of these public spaces. Interview data shows that there has been certain "saturation" for the usage of mainstream creative spaces, e.g., art galleries, grand stages and shopping malls, which in turns make alternative space such as Pucangsawit and Kembang as choices. These emphasize the view that space is produced by power relations involving certain dominant actors.

Keywords: creative arena, frontier-ism, public space, social network, traditional market

I. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Pasar tradisional di kota Surakarta mengalami revitalisasi sesuai kebijakan dari Pemerintah Kota (Pemkot) Surakarta. Pasar tradisional yang telah ditevitalisasi tidak dimanfaatkan oleh pedagang dengan baik dan aktivitas ekonomi di pasar tradisional cenderung sepi. Kota berkembang seperti Surakarta merupakan kota yang membutuhkan lebih banyak ruang publik sebagai arena kreatif untuk menampung kegiatan komunitas kreatif/kreator seni. Isu tersebut dibawa ke Forum Pemuda ASEAN dan mendapat simpati dari pihak Forum Pemuda ASEAN. Dengan diangkatnya isu kebutuhan arena kreatif di kota berkembang seperti Surakarta, lahirlah arena kreatif yang memanfaatkan pasar tradisional sebagai ruangnya.

Pasar tradisional tersebut yaitu pasar pucangsawit dan pasar kembang. Surakarta (Solo) dikenal dengan *obong-obongblarak*. Maksudnya, ketika ada suatu kegiatan/produk baru muncul di Surakarta, hal tersebut tidak dapat bertahan lama. Seiring berjalannya waktu, arena kreatif yang lahir dari proses frontierisme melalui pasar tradisional ini juga mengalami kemunduran. Proses frontierisme dan eksistensi arena kreatif ini akan dibahas dengan judul ***Frontierisme Pemanfaatan Ruang Publik Sebagai Arena Kreatif Di Kota Surakarta***.

II. KAJIAN PUSTAKA

1. Krisis Ruang Publik Di Surakarta

Öffentlichkeit (Jerman) atau *public sphere* dalam bahasa Inggris sangat populer baik dalam ranah ilmu-ilmu sosial maupun di ranah publik masyarakat. Sutrisno (2010:281), menjelaskan krisis ruang publik kultural yang ia paparkan terjadi karena berkembangnya iklan dan

konsumsi gaya hidup masyarakat yang menunjukkan gaya hidup ekonomi kapitalis. Bergesernya ruang-ruang baru dari alun-alun ke mal. Membuktikan bahwa daya sihir mal mampu memikat hasrat masyarakat untuk berperilaku konsumtif. Mal dilihat sebagai mesin ajaib yang memanipulasi nostalgia kaum modernis maju yang khas dengan stratifikasi sosial dan kepemilikan. Mal dibangun untuk menransformasi kenangan lalu akan pasar-pasar tradisional. Pasar tradisional merupakan tempat yang menghubungkan ruang-ruang komunikatif masyarakat yang dewasa ini tidak lagi eksis. Ruang publik kembali bergeser ke kafe-kafe dan warung kopi. Redupnya pemanfaatan ruang sebagai arena publik untuk berbagai kepentingan yang melatarbelakanginya.

2. Konsep Frontierisme

Dalam pandangan Lefebvre (1991) frontier dipahami dalam konteks ruang sosial. *"Frontiers are defined by quite specific sorts of properties and qualities. They are particular sorts of social space associated with definitive sets of spatial practices, forms of representation and lived experiences."* (Lefebvre, 1991).

Sementara Turner memiliki pendapat yang berbeda, *"For Turner the frontier was defined by its remoteness, the defining qualities of which are abundant land, under-exploited resources, and gradual settlement by commercially oriented settlers and state authorities expanding their territorial jurisdiction."* (Watts, 2017:478).

Generasi muda/anak muda diakui sebagai sumber daya yang penting dipenjuru dunia. Di Nigeria anak muda merupakan kunci konflik politik nasional. Peran anak muda/pemuda

juga tidak luput dari perkembangan demokrasi di Indonesia. Pecahnya era reformasi, anak muda/pemuda khususnya mahasiswa membentuk kekuatan dengan turun ke jalan. Yang terjadi di arena kreatif merupakan bentuk aturan dan otoritas dan beberapa kedaulatan yang dipertanyakan. Dengan semakin berkurangnya otoritas pemerintah dalam mengawasi pasar tradisional maka masuklah konsep frontier ke dalam pasar tradisional dan mengubahnya menjadi arena kreatif.

"The frontier is primarily a social space within which forms of rule and authority, and multiple sovereignties, are in question." (Watts, 2017)

Aktor dominan dapat mengatur jalannya arena kreatif. Di arena kreatif ini ada dua pihak yang dapat mengkondisikan sistem dan mengaturnya yaitu pihak internal yang terdiri dari pihak yang ada di pasar itu sendiri dan juga pihak eksternal yang berasal dari luar pasar (regulasi). Di atas segalanya, batasan harus didefinisikan secara tepat dalam kaitannya dengan kehadiran, kemampuan, dan kepentingan Negara/pemerintah. Terlihat dari usaha pihak internal untuk terus mewarnai arena kreatif sesuai kepentingannya. Dengan negosiasi antar pihak yang ada di pasar, dan aktor dominan yang mengatur pihak internal serta pihak eksternal untuk terhubung maka kehadiran, kemampuan dan kepentingan yang tumpah di arena kreatif dapat menciptakan sebuah ruang yang mengalami frontier dengan baik.

"Above all, frontiers must be defined precisely in relation to the presence, capabilities and interests of the state." (Watts, 2017).

Lane (1966) dalam watts (2017)

mengatakan bahwa frontier adalah tempat yang tidak memiliki monopoli abadi pada kekerasan atau tidak ada monopoli yang memaksa. Kekuatan infrastruktur dan despotik (kekuasaan atas dan kekuasaan perantara) yang tidak merata dan sering terpecah belah.

"Frontiers are places where no one has an enduring monopoly on violence (Lane, 1966), where infrastructural and despotic powers (power over and power through [Mann, 1988]) are uneven and often fragmentary". (Watts, 2017).

Masuknya aktor dari luar pasar tradisional yang mencari tempat untuk kebutuhan mereka, menawarkan rekonfigurasi kondisi yang memungkinkan. Dengan munculnya frontier di pasar tradisional sumber daya lain dapat dikembangkan. Carl Schmitt (1963/2007) menyebutnya sebagai Landname. Landname berdiri dipinggiran negara berkembang atau kerajaan. Hal ini bersinambung dengan munculnya arena kreatif di kota Surakarta (Watts, 2017).

Dari pemaparan fenomena *frontierism* dan pengertian yang telah dijabarkan oleh beberapa tokoh diatas, konsep *frontiersm* Melbin dipakai untuk mengamati perluasan daerah *frontier* di kota-kota modern. Setiap wilayah *frontier* selalu memunculkan kebudayaan *frontier-isme*. *Frontierisme* adalah suatu sikap mental, sikap berfikir yang membayangkan seolah-olah dunia tidak ada batasnya dengan maksud banyak tempat atau wilayah yang dapat diekspansi terus menerus

III. METODE PENELITIAN

Objek penelitian yaitu individu dan komunitas kreatif yang berkontribusi menghidupkan arena kreatif. untuk itu penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Dengan pertimbangan seperti, informan yang

dipilih merupakan aktor-aktor dibalik layar arena kreatif dan juga menguasai data yang peneliti butuhkan.

Menggunakan teknik wawancara dan observasi tak terlibat. Wawancara dipilih sebagai teknik pengumpulan data agar data yang dikumpulkan dapat akurat. Didukung dengan observasi tak terlibat, jadi peneliti dapat mengkonfirmasi kebenaran data dari wawancara dengan informan.

Validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber mengarahkan peneliti menggunakan sumber data yang beragam melalui tujuh orang informan. Sedangkan triangulasi metode digunakan untuk mengetahui validitas dinamika penggunaan ruang publik oleh komunitas seni dan orang yang memiliki kepentingan di arena kreatif melalui wawancara dan observasi tak terlibat. Kemudian, data dianalisis melalui pengelompokan data sesuai tema dan polanya, diinterpretasikan melalui deskripsi sampai pada tahap terakhir yaitu kesimpulan.

IV. HASIL PENELITIAN

1. Frontierisme Pasar Pucangsawit dan Pasar Kembang di Kota Surakarta.

Tahun 2012-2013 menggema ide untuk menyediakan sebuah arena kreatif, ruang bagi komunitas kreatif menunjukkan jatidiri mereka. Ruang publik yang diperuntukan bagi mereka yang mencintai karya seni. gagasan tersebut baru terealisasi ditahun 2015. Dengan memanfaatkan bangunan pasar tradisional yang telah direvitalisasi namun tidak difungsikan sebagaimana mestinya, frontierisme mendominasi roda kehidupan didalamnya.

Frontierisme mengubah pasar Pucangsawit dan pasar Kembang di kota Surakarta menjadi *Cangwit Creative Space* dan *Pakem Co-working Space*. Kehidupan pasar tradisional

tergantikan dengan arena kreatif yang tidak luput dari campur tangan aktor-aktor yang terlibat. Aktor-aktor tersebut merupakan informan yang menjadi data penelitian.

"Frontiers are defined by quite specific sorts of properties and qualities. They are particular sorts of social space associated with definitive sets of spatial practices, forms of representation and lived experiences." (Lefebvre, 1991).

Berkat berkembangnya konsep frontierisme Lefebvre (1991) muncullah arena kreatif. Konsep frontierisme menurut Lefebvre (1991) dipahami dalam konteks ruang sosial. Melihat latar belakang para aktor masuk ke arena kreatif yang beragam seperti kebutuhan organisasi, mengurangi rasa bosan dengan tempat-tempat yang mainstream.

"Gara-gara kebutuhan organisasi sih mbak, soalnya aku kan ikut organisasi itu kalau organisasi itu mau rapat kadang di Sekre itu kan penuh sama divisi lainnya." (MRM/P/04 Juli 2017).

Keterbatasan otoritas pemerintah terlihat dari tidak mampunya Pemkot mengelola pasar tradisional yang sudah direvitalisasi.

"Karena posisinya memang permasalahan untuk ruang kreatif di Solo itu sangat komplek." (DR/L/28 Juli 2017).

Membangun arena kreatif yang dapat dimanfaatkan secara gratis dengan disupport berbagai fasilitas untuk komunitas kreatif, pengunjung/anak muda. Peran aktor, khususnya pengunjung sangat mempengaruhi roda kehidupan arena kreatif. Isu mengenai kebutuhan ruang/arena kreatif mendapat perhatian dunia dalam forum pemuda

ASEAN tahun 2016. Konsep membangun banyak arena kreatif disebuah kota berkembang dinilai memiliki nilai dan manfaat yang besar dimasa depan.

2. Eksistensi *Cangwit Creative Space* dan *Pakem Co-working Space Solo* Sebagai Arena Kreatif di Kota Surakarta.

Banyak harapan muncul ketika frontierisme mengubah pasar tradisional menjadi arena kreatif yang dapat dimanfaatkan secara gratis oleh warga dan juga komunitas kreatif di kota Surakarta. Otoritas pemerintah yang berpindah tangan ke warga kota Surakarta atau pengelola arena kreatif membuktikan bahwa sebetulnya tidak terjadi monopoli secara terus menerus melalui berkembangnya frontierisme.

“Sudah habis sebenarnya, tapi waktu itu kita mau ngurus ke dinas pasar juga, dari dinas pasar nggak memperpanjang suratnya.” (BP/L/12 Juni 2017).

Alihfungsi atau pertukaran kekuasaan pemerintah kota dengan pengelola arena kreatif tidak dapat dipastikan akan berjalan selamanya karena pemerintah kota dapat sewaktu-waktu mengendalikan kembali pasar tradisional tersebut.

“As Christian Lund puts it, the frontier denotes “an influx and presence of non- native private actors in pursuit of the newly discovered resources offers a reconfiguration of the conditions of possibility” (Lund, 2016, p. 511). (Watts, 2017).

Namun, pihak pengelola arena kreatif merasa tidak siap untuk menghadapi persoalan yang timbul. Karena kurangnya persiapan diawal pembukaan arena kreatif, mereka tidak dapat mempertahankan eksistensi arena kreatif yang mereka kelola.

Meski sangat disayangkan, kehadiran arena kreatif baik Cangwit maupun Pakem mendapatkan sambutan baik dari komunitas kreatif di kota Surakarta.

“Karena posisinya sebagai pionir, harus ada kesadaran bahwa apa yang kita lakukan itu tidak bisa memiliki dampak yang cepat.” (DR/L/28 Juli 2017).

Banyaknya kendala dalam mengelola arena kreatif, perbedaan pola pikir dari berbagai aktor pada akhirnya membuat arena kreatif yang baru seumur jagung harus tutup buku. Untuk arena kreatif di pasar pucangsawit (*Cangwit Creative Space*) pengelola menyatakan sudah vakum, meski ada kemungkinan untuk dibentuk kembali. Sementara, arena kreatif di pasar kembang (*Pakem Co-working Space*) tetap mempertahankan roda kehidupannya meski hampir sekarat. Arena kreatif yang lahir berkat frontierisme didalam pasar tradisional ternyata gagal dibentuk di kota Surakarta.

V. SIMPULAN DAN SARAN

1. SIMPULAN

A. Frontierisme Pasar Pucangsawit dan Pasar Kembang di Kota Surakarta.

Tidak semua pasar tradisional memiliki aktivitas ekonomi yang aktif dan tinggi. Beberapa pasar tradisional di kota Surakarta ada yang tidak berfungsi meski telah direvitalisasi. Dari revitalisasi yang kurang berhasil tersebut masuklah frontierisme kedalam pasar tradisional. berubahlah fungsi pasar yang tadinya untuk aktivitas ekonomi menjadi arena kreatif. Keberadaan arena kreatif yang dimanfaatkan secara gratis ditengah kota berkembang seperti Surakarta digerakkan oleh beberapa aktor

didalamnya. Mereka dengan masing-masing perannya memiliki pengaruh yang kuat untuk keberlangsungan arena kreatif.

B. Eksistensi *Cangwit Creative Space* dan *Pakem Co-working Space Solo* Sebagai Arena Kreatif di Kota Surakarta.

Arena kreatif tidak dapat tumbuh dengan baik tanpa kehadiran aktor dominan yang berpengaruh di arena kreatif tersebut. Seperti di Cangwit, ketika pengelola dan komunitas kreatif sebagai aktor dominan tidak ada ditempat, roda kehidupan Cangwit pun berhenti. Parahnya, absennya pengelola dan komunitas kreatif terus diikuti oleh absennya pedagang yang menempati tenant/outlet market space dari Cangwit. demikian pula dengan Pakem, aktor dominan yang mengatur jalannya Pakem adalah pengunjung dan komunitas kreatif. ketika Pakem tidak banyak pengunjung tentunya komunitas kreatif yang ada tidak mendapat support. Padahal, pedagang angkringan di Pakem juga membutuhkan pelanggan agar ia dapat tetap membantu menghidupkan Pakem. Sampai saat ini, Cangwit dinyatakan vakum. Sedangkan Pakem, keadaannya dapat dikatakan hidup segan mati tak mau.

2. SARAN

Untuk masyarakat, mahasiswa, komunitas kreatif, start up bisnis, cobalah untuk menghargai dan melihat peluang dari keberadaan sebuah arena kreatif. jangan pasif sebab mereka yang membangun arena kreatif pun mengawali dengan semangat dan optimisme. Dua pihak bersatu tidak bisa hanya satu pihak saja yang berjuang. Dua pihak bersatu harus berjuang sampai akhir.

VI. DAFTAR PUSTAKA

Hardiman, F. B. (2009). *Demokrasi*

Deliberatif: Menimbang 'Negara Hukum' dan 'Ruang Publik' dalam Teori Diskursus J urgen Habermas. Yogyakarta: Kanisius. Hardiman, F. B. (2010).

Komersialisasi Ruang Publik Menurut Hannah Arendt dan J urgen Habermas dalam Ruang Publik, Melacak "Partisipasi Demokrasi" dari Polis sampai Cyberspace. Yogyakarta: Kanisius. Lefevbre, H. (1991). *The Production of Space*. Dalam H. Lefevbre, *The Production of Space/Henri Lefebvre; translated by Donald NicholsonSmith*. USA: Great Britain by T.J. Press Ltd, Padstow, Cornwall. Watts, M. J. (2017). *Frontiers: Authority, Precarity, and Insurgency at the Edge of the State*. USA: University of California, Berkeley.